

Geopolitica e Politica dell'Ambiente

Alessandro RICCI

Jihād

- «L'obbligo del *jihād* si fonda sull'universalità della rivelazione musulmana: parola e messaggio di Dio si rivolgono a tutto il genere umano, ed è compito di coloro che hanno accettato tutto ciò di lottare (*jihāda*) incessantemente, per convertire, o almeno soggiogare, coloro che non l'hanno fatto» (Lewis, 1996, p. 85).
- «è obbligo che non conosce limiti di tempo o di spazio, e che deve protrarsi finché il mondo intero non abbia accolto la fede islamica o non si sia sottomesso al potere dello Stato islamico» (Lewis, 1996, p. 85).

Confini islamici

i “confini” territoriali sono spesso convenzione e non barriera, demarcazione di differenze e non ostacolo alla libera circolazione di idee e di individui: su dati di fatto, non solo su sogni, si alimentano i pur improbabili progetti cui si è accennato della rinascita islamica»

(Scarcia Amoretti, 1998, p. 40)

Confini islamici

«il confine si dilata al di là dell'orizzonte quotidiano e ingloba, almeno in termini astratti, tutta la Dār al-Islām, quella fetta consistente di globo terrestre dove si professa l'Islam e dove un governo musulmano è in carica»

(Scarcia Amoretti, 2001, p. 4)

La bandiera dell'Is

la bandiera nera è un simbolo della fine dei tempi



- In alto la scritta «Non c'è divinità se non Dio»
- Il cerchio bianco con la scritta nera al centro è il sigillo dei profeti, o Khatam an-Nabiyyin, un attributo rivolto a Maometto. Viene citato nel verso 33:40 del Corano: «Maometto non è il padre di nessuno di voi uomini, ma il messaggero di Allah e il sigillo dei profeti: e Allah è onnisciente». La sua forma è ripresa da quello che è ritenuto essere il sigillo con cui Allah usava firmare le sue lettere ufficiali

***Quale rappresentazione del potere dello Stato Islamico?
Video Al Qaeda***

La propaganda globale dell'ISIS

- Ha un proprio Centro Mediatico “**Al-Hayat**” (“la vita”)
 - Qualità, quantità e regolarità dei contenuti pubblicati
 - Contenuti simbolici
- Mostra le reali intenzioni dell'ISIS
 - Propensione universale
 - Conquista di nuovi territori
 - Guerra contro l'Occidente
 - Mediterraneo/Libia
 - Attenzione ai Russi e alle minoranze islamiche → rivista in cirillico “Istok”
- Guerra interna al mondo islamico
- Foreign fighters



La propaganda globale dell'ISIS

- Per essere efficace deve
 - Essere costante temporalmente
 - Essere pervasiva e profonda
 - Provocare in chi la osserva
 - Attenzione
 - Partecipazione
 - Soddifazione

A chi è rivolta quella dell'ISIS?

La propaganda globale dell'ISIS

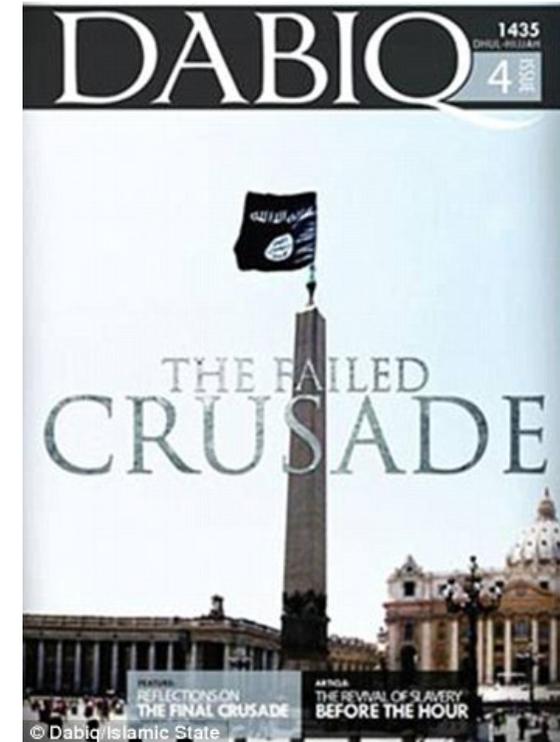
- Due principali destinatari:

- *Oppositori*

- *Sostenitori*

- Coinvolge la nostra sfera pubblica e quella personale

- Si rivolge anche al mondo islamico, alle possibilità di vendetta contro l'Occidente etc.



La propaganda globale dell'ISIS

- **Quali gli obiettivi?**

- Non assicurarsi un supporto internazionale
- Attivare la partecipazione individuale
- Creare simbiosi tra i jihadisti e l'osservatore
 - foreign fighters nel video: "sono persone normali"
 - Coinvolgimento attivo dell'osservatore
- I social media aiutano più degli altri mezzi a creare coinvolgimento attivo

La propaganda globale dell'ISIS

- **Come agisce?**

- Non agisce in un vacuum, c'è sempre un retroterra (“pre-propaganda”)
 - Il contenuto non rimane una forza esterna, ma agisce attivamente nella “pre-propaganda”
- Presenta i problemi e offre delle soluzioni
- Assorbe, coopta e corrompe il processo intellettuale

La propaganda globale dell'ISIS

- Si sostanzia di 5 coppie concettuali (secondo Ellul)

1) Politico-Sociologica

2) Tattico-Strategica

3) Verticale-Orizzontale

4) Agitazione-Integrazione

5) Razionale-Irrazionale

Il brand “Stato Islamico”

- La propaganda dell’Isis ruota attorno a 6 principali tematiche
 - 1) Brutalità
 - 2) Misericordia
 - 3) Vittimismo
 - 4) Guerra
 - 5) Appartenenza
 - 6) Utopia

Il brand “Stato Islamico”

1) Brutalità

Obiettivi:

- Gratificare i sostenitori
- Intimidire gli avversari
- Minacciare le popolazioni locali (spie e dissidenti)
- Provocare i media occidentali
- Provocare una reazione scomposta degli avversari

Il brand “Stato Islamico”

2) Misericordia

- Pentimento di fronte a Dio e allo Stato Islamico
- Video **“From the darkness”**
- Si mostra l’**istitāba**: l’invito al pentimento
- Il passato si dimentica se si giura fedeltà al Califfato



Il brand “Stato Islamico”

3) Vittimismo

- Vendetta contro l’Occidente
- Riferimento alle vicende degli ultimi dieci anni, alla “guerra globale al terrore” etc.
- Video del pilota giordano: prima dell’uccisione si mostrano bambini uccisi dagli aerei della coalizione, etc.

Due motivi:

- 1) Ricorda all’osservatore il motivo del gesto del Califfato (è una giustificazione della brutalità)
 - 2) Vi è l’idea della *mumāthila* (Rappresaglia)
- Non è un caso che molti dei video giustappongano le immagini di raid aerei o uccisioni di bambini alle ritorsioni del Califfato

A man wearing a black balaclava and a black leather jacket is sitting in a room. A rifle is leaning against the wall behind him. The room has a white wall and a desk with a computer monitor in the background. A blue box with the text 'MailOnline' is in the top left corner.

MailOnline

**you have sent forces, you are killing civilians,
you are killing fighters, you are the ones killing...why?**

Il brand “Stato Islamico”

4) Guerra

- Si mostra l'apparato militare dell'ISIS
 - Si vuole dimostrare la legittimità nell'uso della forza
 - Ribadire la vitalità dello Stato Islamico in quanto Stato
- Proporre una propria narrativa della guerra
- L'idea di una vera guerra contro l'Occidente «**Voi colpite noi, noi colpiamo voi**» (Amedy Coulibaly, video) - «**kill them wherever you find them**»
- «**you won't be safe in your homes nor in your dreams**» – guerra all'Inghilterra e alla Francia



Il brand “Stato Islamico”

5) Appartenenza

- Per rafforzare il sentimento di appartenenza, i nuovi militanti **bruciano i passaporti** di provenienza (video).
- Due significati:
 - 1) Rifiutano ogni precedente appartenenza nazionale/occidentale
 - 2) Ne affermano una nuova
- Impatto sui **Foreign Fighters** occidentali
- **Contrapposizione col modello occidentale**
- Si rafforza l'idea di una *umma* universale
- E' strettamente legato al tema dell'utopia
- nuova, di contro a ogni regola occidentale

Il brand “Stato Islamico”

6) Utopia

- Il Califfato stesso rappresenta un'utopia realizzata
- Tutta la propaganda si regge sul tentativo di concretizzare quest'utopia
- Indirizza la propaganda interna al mondo islamico a proprio favore
- **Supera le altre organizzazioni**, perché i jihadisti dell'ISIS hanno realizzato il Califfato
- E' un'utopia che si realizza globalmente
 - Si pensi ai giuramenti di fedeltà al Califfato in tutto il mondo